



## ***Luiz Lara passa amanhã (16/5) oficialmente o comando da ABAP a Orlando Marques***

*O publicitário faz balanço de sua gestão e elenca as nove principais realizações em quatro anos e dois mandados*

O chairman da Lew' Lara\TBWA, Luiz Lara, retorna amanhã (16/5) oficialmente à atividade exclusivamente empresarial, quando entregar o comando da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicitário ao presidente e CEO da rede de agências Publicis (Publicis Brasil, Salles Chemistri, Publicis Dialog, AG2 Publicis Modem, Publicis Red Lion, Razorfish e Digitas), Orlando Marques, durante almoço com presença de associados, convidados e imprensa, no WTC Events Center. Marques foi eleito novo presidente da Abap, no dia 30 de abril.

Ao passar o bastão da principal entidade da publicidade brasileira a Marques, Lara encerrará uma trajetória de realizações de quatro anos, em dois mandatos consecutivos. “Nossa gestão se pautou pela defesa da criatividade, essência de nossa indústria”, assinala Lara, explicando que, para isso, durante sua gestão a ABAP atuou na defesa do modelo brasileiro das Agências de Publicidade e na liberdade de expressão comercial.

As realizações da ABAP neste período são as seguintes:

1. **LEI 12.232** - conquista de todo o setor porque representa evolução na escolha das agências nas licitações públicas, preconizando que todas as concorrentes tem que ser necessariamente certificadas no CENP. A escolha deve se pautar pela melhor técnica. E a Lei reconheceu como legítima a prática de incentivos exclusiva entre Agências e Anunciantes. A realização de seminários disseminando as práticas da Lei 12.232 com todas as agências, anunciantes do setor público - municipal, estadual e federal -, monitorando cada concorrência/licitação pública e atuando sempre na busca da aplicação correta da Lei;
2. **Sustentabilidade na Publicidade** - A criação e a disseminação dos Indicadores de Sustentabilidade na Propaganda brasileira;
3. **Boas Práticas** - Realização, em abril de 2009, do EBAP no Rio de Janeiro, que resultou no Guia das Melhores Práticas nas Concorrências Privadas;
4. **Descentralização da Entidade** – A descentralização na ABAP, reforçou a propaganda regional com o emponderamento das ABAPs que representam todos os nossos Estados/mercados no Brasil. Prova disso é a realização do evento/minicongresso "Nordeste, A Bola da Vez";
5. **V Congresso** - Realização do V Congresso Brasileiro da Indústria da Comunicação, o primeiro de toda a Indústria, reunindo 37 entidades representativas de todas as disciplinas de comunicação, abrindo de forma inclusiva um debate sobre o papel da comunicação com toda a sociedade;

6. **Storytelling** - Realização do evento "Story Tellers", mostrando a relevância da criatividade de nossa propaganda em saber contar boas histórias que constroem e posicionam marcas, alavancando vendas e desenvolvendo novos mercados;
7. **Campanhas** - a campanha "Propaganda faz diferença", lançada em 2009, em parceria com a ABA, emulando a propaganda como instrumento legítimo da iniciativa privada que desenvolve hábitos e atitudes de consumo, obtendo, num mercado acirrado e competitivo, a preferência por uma marca, promovendo riquezas, empregos e impostos. E a campanha de hábitos saudáveis lançada pela ABAP em parceria com a ABA e com todas as entidades médicas "O Futuro Promete. Eu quero chegar bem lá", com apoio institucional do Ministério da Saúde;
8. **Liberdade de Expressão** - A agenda pela defesa da liberdade de expressão comercial com total apoio ao CONAR e ao Palavra Aberta e com a firme atuação da Frente Parlamentar da Comunicação, liderada pelo deputado Milton Monti, com a defesa de nossa propaganda, evitando a restrição e/ou a proibição em vários projetos de Lei apresentados.
9. **Publicidade Infantil** - O Portal SOMOS TODOS RESPONSÁVEIS com depoimentos de celebridades, autoridades, personalidades, educadores, psiquiatras, psicólogos e cidadãos sobre a publicidade infantil.

**Perfil de Luiz Lara** - Luiz Lara, sócio e Chairman da LEW'LARA\TBWA. Formado em Direito pela Universidade de São Paulo, Luiz Lara iniciou sua carreira na Almap/BBDO, onde foi sócio da empresa Almap Promoções e comandou diversas ações promocionais para clientes como Volkswagen, Pepsico, Danone. Posteriormente foi diretor de Marketing da Paulistur (São Paulo Tourism Authority) e da Embratur (Brazilian Tourism Board). Em 1992, fundou a Lew'Lara com Jaques Lewkowicz. Desde então, sempre como profissional de planejamento estratégico, vem desenvolvendo cases de comunicação para clientes como Nokia, TIM, Natura, Nissan, Pedigree, adidas, Banco Real, CPFL, Comgás, Pernambucanas. Recebeu vários prêmios: Profissional de Planejamento (Prêmio Caboré 1996 E 2010), Empresário do Ano (Prêmio Caboré 2003), Homem do Ano da Comunicação (Prêmio Colunistas e Prêmio About), Publicitário do Ano (Revista Vip – Editora Abril), Voluntário do Ano por sua atuação na área de responsabilidade social, prêmio este conferido pela Kanitz & Associados, eleito Empreendedor do Ano nas Comunicações pela Revista Isto É Dinheiro em 2010, Personalidade do Ano – Troféu Ouro (VII Prêmio ANATEC 2011).

Até a eleição de Marques, exerceu o comando Nacional da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap) e participa ativamente de várias ONGs, entre elas ICE, Instituto de Cidadania Empresarial, Obra do Berço e Childhood Foundation, entidade comandada pela Rainha Silvia da Suécia, que atua no combate e na prevenção à exploração sexual infantil.